

DAFTAR PUSTAKA

- Aesi, Yolanda, Idfi Setyaningrum, Frisqylia Dameria. "Studi Preferensi Konsumen Perempuan Gen Z Terhadap Produk Kosmetik Cina Pada E-Commerce Shopee." *costing: journal of economic, business and accounting* 7, no. 4 (2024): 2597–5235
- Alfarezi, Vrigel Vasya. "Pengaruh Biaya Kualitas Terhadap Produk Rusak Pada CV. Ake Abadi." *JIEM: Journal Of International Entrepreneurship And Management* 2, no. 2 (2023): 156.
- Amelia, Lia, Khairul Fahmi, and Sopian Tamrin. "Konstruksi Makna Cantik Bagi Remaja Perempuan Pengguna Pemutih Kulit Ilegal." *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan* 1, no. 3 (2022): 140.
- Anggraini, Tifanny Riska. "Pengaruh Gaya Hidup dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina." *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 5, no. 2 (2022): 153.
- Apriliya, Gina, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Makanan Secara Online", *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* 6, no. 5 (2022): 294–306.
- Balaka, Yani. *Metodologi Penelitian Teori Dan Aplikasi*. Widina Bhakti Persada Bandung. Bandung: CV. Widina Bhakti Persada, 2022.
- Bidjaksana Arief Fateqah and Sri Karuniari Nuswardhani. *Teori Dan Praktik Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif: Teori, Perencanaan, Pelaksanaan, Dan Penulisan*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, 2024.
- Budi Darma. *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. Bogor: GUEPEDIA, 2021.
- chairul Pua Tingga, Dkk. *Seni Pemasaran Kontemporer*. Jawa Barat: Media Sains Indomesia, 2022.
- Chalifah, Nizmah. "Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli di Tokopedia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Surapati)." *Jurnal GICI Jurnal Keuangan dan Bisnis* 15, no. 2 (2023): 147.
- Fabella, Nurhaliza Tri, Yulistia Devi, and Erlin Kurniati. "Pengaruh Merek Lokal dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian di Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Bisnis Syariah." *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam* 4, no. 1 (2023): 33–54.
- Fadila, Woro Isti, dan Harry Saputra. *Penerapan Metode Naive Bayes dan Skala Likert Pada Aplikasi Prediksi Kelulusan Mahasiswa*. Edited by Rolly

- Maulana Awangga. Cetakan pe. Bandung: Kreatif Industri Nusantara, 2020.
- Fadzri Kusuma, Aditya, and Tony Wijaya. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* Terhadap Minat Beli: Peran Mediasi Citra Merek." *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis* 12, no. 1 (2022): 30–42.
- Fauziah Hamid, Dkk. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan. Buku Ajar Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024.
- Ginting, Nazla Maharani, and Rosniwaty Br Bangun. "Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Store Urban Traffic Medan." *Value* 3, no. 1 (2022): 114–125.
- Gunandi, Heru. *Pengantar Praktis Penyusunan Instrumen Penelitian*. Sleman: Deepublish, 2021.
- Hendri Khuan, Andry Mochamad Ramdan, Andriya Risdwiyanto, Widyastuti, Sri Wahyuning. "Pengaruh *Digital Marketing* dan *Brand Awareness* pada Produk Kosmetik Halal Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli", *Jurnal edunomika* 08, no. 1 (2023): 1–23.
- Herlina, Vivi. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2019.
- Hiola, Rosmina. "Peran *Brand Image* Memoderasi *Electronic Word of Mouth* (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Gorontalo." *Jurnal Indonesia Sosial Sains* 3, no. 3 (2022): 389–398.
- Ni Made Dwi Apriastuti, Ni Putu Nita Anggraini, pande ketut ribek. "Pengaruh *Brand Awareness* dan *Electronic Word of Mouth* (Ewom) Terhadap Keputusan Pembelian di Situs Belanja Online Shopee di Kota Denpasar." *EMAS* 3, no. 10 (2022): 75.
- Isnandini, Novia, and Suhermin. "Pengaruh Pengalaman Konsumen Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Kepuasan dan Minat Beli Ulang Konsumen." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 7, no. 4 (2018): 1–21.
- Itsomgbeauty.com. "OMG Official Website Makeup & Skincare Products", dalam <https://www.itsomgbeauty.com/>.
- Joesyiana, Kiki. "Pengaruh *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media *Online Shop* Shopee di Pekabaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau)." *Jurnal Valuta* Vol. 4, no. 1 (2018): 71–85.
- Junus, Mahmud. *Tarjamah Al-Quran Al-Karim*. Bandung: PT. AL-MA'ARIF, 1996.
- Katadata, Databoks. "Perawatan Dan Kecantikan, Kategori FMCG Terlaris Di E-Commerce RI 2023", dalam <https://databoks.katadata.co.id>.

- Khoyrunnisa, Risma, Nur Hidayati, and Ita Athia. "Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Implora di Malang." *e – Jurnal Riset Manajemen* 11, no. 10 (2022): 122–130.
- Kumparan. "OMG Produk Mana? Ini Penjelasan Dan Keunggulan Produknya", dalam <https://kumparan.com/info-produk/omg-produk-mana-ini-sejarah-singkat-dan-fakta-menariknya-241H0mfflqM>.
- Manan, Maurisca Andaresta and Abdul. "Pengaruh E-Wom (*Electronic Word of Mouth*) Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Akun Facebook @Mak Dhito." *Jurnal Manajemen, Organisasi , dan Bisnis* 3, no. 3 (2023): 203.
- Misna Ariani, Didik Hadiyatno, Hairul Anam. *Metodologi Penelitian: Langkah Mudah Menulis Skripsi Dan Tesis*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada - Rajawali Pers, 2024.
- Muchlishoh, Zainatul. "Pengaruh *Labeling 'Tasya Farasya Approved'* Terhadap Minat Beli Produk *Somethinc Calm Down Moisturizer* di *E-Commerce* (pada Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Yudharta Pasuruan)." *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial* 4, no. 9 (2024): 2.
- Mukhid, Abd. *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Surabaya: Jakad Media Publishing, 2019.
- Muthiah, Farah, and Budi Setiawan. "Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Characteristic*, dan *Emotional Branding* Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 7, no. 2 (2019): 259.
- Nabilah, Ghina, and Bambang Septiawan. "Pengaruh Gaya Hidup , *Brand Image*, dan E-Wom Terhadap Minat Beli Mahasiswa UNISBA pada Produk *Skincare Skintific*." *Jurnal Manajemen Bisnis Digital Terkini* 1, no. 4 (2024): 69.
- Nurasmi, and Noor Andriana Ana. "Pengaruh Peran *Beauty Vlogger*, *Electronic Word of Mouth* (E-Wom), dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare Skintific* di Samarinda." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 5, no. 2 (2024): 4901–4920.
- Nurul Magfirah, and Kartini Aprianti. "Pengaruh Pengetahuan Produk dan *Lifestyle* Terhadap Minat Beli Produk *Cream Glow & Lovely* di Kota Bima." *Jurnal Riset Ekonomi dan Akuntansi* 1, no. 3 (2023): 184–198.
- Official, OMG Beauty. "Brand Story", dalam <https://www.itsomgbeauty.com/beauty-tips/article/brand-story>.
- Purwono Juniarmoko Fuad Hasyim, Annida Unatiq Ulya, Nurwulan Purnasari, Ronnawan. *Metodologi Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif Dan Mix Method)*. Jawa Barat: GUEPEDIA, 2021.

- Puspita Sari, Tia, and Ambardi. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare The Originote*." *Jurnal Ilmu Manajemen Retail Universitas Muhammadiyah Sukabumi* 4, no. 2 (2023): 85–92. <https://doi.org/>.
- Rahma, Ellyta. "Merek Kosmetik Baru OMG Oh My Glam Bawa Pesan Perempuan Itu Kuat", dalam <https://www.marketeers.com/>.
- Ramadayanti, Firda. "Peran *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk." *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis* 6, no. 2 (2019): 111–116.
- Ramadhani, Suci Putri, and Lie Othman. "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan *Brand Awareness* Terhadap Minat Beli Pada Toko Oleh – Oleh Nadhira Napoleon di Kota Pekanbaru." *eCo-Buss* 6, no. 3 (2024): 1662–1670.
- Riyanto, Slamet. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish, 2020.
- Rofiudin, Mohammad, Moh Shabry, and Nurjahja Juniarsa. "Pengaruh Harga dan Fitur Layanan Terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 Di Malang Raya." *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 19, no. 2 (2022): 2022.
- Salam, Abdul, and Sukiman Sukiman. "Pengaruh *Green Marketing* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Merek Aqua." *Jurnal Ilmu Manajemen* 11, no. 1 (2021): 69.
- Samsiyah, Siti. *Perilaku Konsumen*. Jawa Barat: Mega Press Nusantara, 2023.
- Santoso, Devita Agustin, Rezi Erdiansyah, and Muhammad Adi Pribadi. "Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan *Innisfree*." *Prologia* 2, no. 2 (2019): 286.
- Sari, Syahriah, Syamsuddin, and Syahrul. "Analisis *Brand Awareness* dan Pengaruhnya Terhadap *Buying Decision* Mobil Toyota Calya di Makassar." *Journal of Business Administration (JBA)* 1, no. 1 (2021): 37.
- Sentosa, Alfrid. *Buku Ajar Metode Penelitian Sosial*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management, 2023.
- Setiadi, Nugroho. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Group, 2019.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suriani, Nidia, Risnita, and M. Syahrani Jailani. "Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau dari Penelitian Ilmiah Pendidikan." *Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam* 1, no. 2 (2023): 24–36.
- Syafranita, Nova, Asnawi Muhammad, and Al Firah. "Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk pada CV. Syabani di Pusat Pasar

- Medan.” *Jurnal Bisnis Corporate* 7, no. 2 (2022): 31–40.
- Tana, Susanti Oktafiani, and Juita L D Bessie. “Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang).” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 13, no. 3 (2020): 255–270.
- Totok subianto. “Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian.” *Jurnal Ekonomi MODERNISASI* 5, no. 3 (2016): 298–312.
- Ummul Aiman, Karimuddin Abdullah, Misbahul Jannah, and Ketut Ngurah Ardiawan Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Masita, Taqwin, Meilida Eka Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini, 2022.
- Unayatus Sholikhah, Nia, and Novi Marlina. “Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, *Brand Image* dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Npure* pada *Marketplace* Shopee.” *Jurnal Pendidikan tata Niaga* 12, no. 2 (2024): 224.
- Utomo, Dwi. “Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Membeli *Steak* di *Star Steak* Boyolali” 10, no. 1 (2017): 23.
- Wardana, Zainuddin Iba dan Aditya. *Analisis Regresi & Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024.
- Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2024.
- Yogyakarta, BPOM. “Mengenal Kosmetik Dan Penggunaannya”, dalam <https://bpom-yogya.blogspot.com/2022/06/mengenal-kosmetik-dan-penggunaannya.html>.
- Yunaldi, Rian, Litra Diantara, Librina Tria Putri, “Pengaruh *Brand Equity*, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Gatsby Pomade* Pada Kalangan Milenial Di *Bangkinang Kota*.” *Jurnal Riset Manajemen Indonesia* 3, no. 1 (2021): 48.
- Zusrony, Edwin. *Perilaku Konsumen Di Era Modern*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2021.